



CO₂吸収するラベル

「エコナノ」核に2020年100億目指す

サトーグループ環境事業戦略説明会



今回紹介された「エコナノ」の商品群

山社長は、今後の展望として、①同グループの環境保全事業を独立事業として立ち上げ②グローバル展開③ナノベシクル技術の可能性

今後、家電販売店、運輸・配送業、百貨・量販店、食品メーカー等を主要ターゲットとする他、農業分野でも、農産物トレーサビリティシステムと合わせ提案していく。

自動認識システムとシールのラベル販売のサトーグループ環境事業に関する今後のビジョンについて、松山一雄代表取締役執行役員社長兼CEO、「エコナノ」を開発した東京理科大学阿部正彦教授及びアクティブ千葉県野田市の長濱正光社長らが見臨んだ。

の追求を挙げた。同グループの環境事業の売上目標を2014年度で30億円以上、2020年度で100億円以上とした。「エコナノ」は、ナノベシクル技術により、粘着剤にCO₂吸収剤を添加したラベルで、焼却時にCO₂を約20%吸収・削減。また、台紙のない「ノンセパ」タイプのエコナノラベルとの併用で焼却時に約50%のCO₂を削減できる。



サトー 環境保全を独立事業に 20年までに100億円規模



環境事業戦略を語る松山社長

ラベル工場で今期中に「ノンセパ」「エコナノ」の製造を可能にする。それを足がかりに欧州各国へさまざまな環境事業を展開していく予定。

自動認識システムとシー
ル・ラベル製造のサトー
(本社=東京都目黒区、松
山一雄社長)は、環境保全
事業を独立事業として立ち
上げ現在、約5億円規模の
環境事業を2020年まで
に100億円にすることを
目指す。22日、都内で会見
を行い、松山社長が今後の
環境事業の戦略について説
明した。

サトーは昨年10月、「エコ
ナノ」と呼ばれる世界で
初めて燃焼時に発生するCO₂
を吸収するラベルの販
売を開始した。現在、家電
量販店、運輸・配送企業、
百貨・量販店など70社と商
談しており近々、これを1
00社に伸ばす予定。

「エコナノ」はサトーと
東京理科大学の阿部正彦教
授、同大学発ベンチャーの
アクティブ(本社=千葉県
野田市、長濱正光社長)が
共同開発した。このラベル
は阿部教授の研究グループ
が開発した「NVC(ナノ
ベシクルカプセル)技術」
を用いて、ナノ粒子化した
「CO₂吸収剤」を分散剤
とカプセル膜で包み、粘着
剤に添加したもの。CO₂
を化学吸着によって固定
し、燃焼時に炭化すること
によって外部への放出を防
ぐ。またカプセルについて
は、超臨界逆相蒸発法と呼
ばれる有害な有機溶媒を使
わないナノカプセル化技術
を使用するため、環境に優
しく安全だ。東京理科大学
近畿大学、東京都立産業技
術センターの実証実験の結
果、通常のラベルの燃焼時
と比べ、CO₂を約20%吸
収・削減するところを確認し

た。サトーは既存の環境対
応型ラベル製品(ノンセパ)
に、この技術を組み合わせ
ることで、環境保全製品の
一層の充実を図る。

また、松山社長は今後の
環境事業戦略について、
「ラベルにこだわらずやっ
ていきたい。環境保全事業
を独立事業として立ち上げ
る意味は、われわれの持つ
ている技術、ノウハウを応
用できる分野があれば積極
的にやっていくことだ」と
述べた。具体的には、納品
書などラベルのように粘着
剤を使わない紙媒体のもの
にもCO₂吸収の効果をも
たらす製品の開発など、N
VC技術を応用できる分野
についてアクティブと検討
していく。そして、14年度
にはエコナノで10億円、環
境事業全体で30億円、20年
度に全体で100億円の売
り上げを目指す。

またグローバル展開とし
ては「エコナノ」の販売を
はじめとした環境事業を、
環境への意識の高い欧州を
中心に展開していく。また、
昨年設立したポーランドの

媒体名: 日刊工業新聞 媒体社名: 日刊工業新聞社

掲載面: 12面 環境・建設・エネルギー

掲載日: 2012/05/23



焼却CO₂吸収 環境配慮ラベル

サトー

サトーは焼却時に発生する二酸化炭素(CO₂)を従来製品比で20%削減できるラベル「エコナノラベル」の販売を始めた。環境配慮型ラベルとして家電量販店や食品メーカー、運輸・配送業など幅広い分野で採用を

見込んでいる。価格は通常のラベルに比べて5〜10%程度高めに設定し、2014年度に10億円の売り上げを目指す。

同社と東京理科大学の阿部正彦教授、同大学発ベンチャー企業のアクテイブ(千葉県野田市)が共同で開発した。ナノサイズの多数の孔があるCO₂吸収剤をラベルのり部分に添加。この吸収剤が焼却によって発生するCO₂と反応し、焼却灰の中に閉じこめる。ラ

ベルを使用するさまざまな業界での導入を想定。製造業や百貨店、官公庁などにも売り込んでいく。



環境事業

20年度に売上高100億超

サトー 海外展開など推進

サトーホールディングスは、2020年度に環境事業の売上高を100億円以上に拡大する。焼却時にCO₂を吸収する「エコナノラベル」などラベルを軸に環境に配慮した製品を展開してきた

が、独立事業として立ち上げることでもラベル以外にも技術を活用していく。海外展開も重

要テーマ。欧州展開から始める方針で、今年度中をめどに台紙のないラベル・シール「ノンセパ」の生産体制を整える。現在の売上高は約5億円。まず14年度に30億円以上を目指す。

事業拡大の柱の1つがグローバル展開。中長期経営計画では20年度に海外比率を現在の23%から40%へと拡大する計画だが、環境事業についても同様に取り組む。まず欧州を強化する。昨年建設したポーランドのラベル

拠点に、ノンセパを生産できる印刷機械を導入する。機械の選定はほぼ終わっており、今年度中に事業化する予定。

ノンセパとともに期待するのが、東京理科大学およびアクティブと開発したエコナノラベル。粘着剤にCO₂吸収剤をナノレベルで添加したもので、焼却時に排出されるCO₂を約20%削減できる。家電量販店や百貨店、運輸・配送企業など約70社と商談を行っており、近く100社を超える見

通し。14年度に10億円事業に育成する。

エコナノラベルに用いたナノベンシクルカプセル(NVC)技術は、ラベル・シール製品以外にも応用展開する。火力発電にとりまわすCO₂排出量を削減できるよう、固形燃料(RPF)にNVC

を適応するなど、複数のアイデアを持つ。アクティブと共同で新製品・技術の開発を進めていく。

同社は、ノンセパやエコナノラベルのほか、両面印刷プリンターやバガースを使用した非木材タグ、台紙・リボンのリサイクル、リユース通箱など30Rに貢献する製品・技術を保有する。ラベル・シール事業を軸に展開してきたが、今後は環境保全事業として独立させて強化する考え。20年度に連結売上高1500億円以上を目指しているが、環境事業で1割以上を確保する。